

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Digital, Kesadaran Lingkungan, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Pada Generasi Z Di Tulungagung” ini ditulis oleh Abel Agustin Novitasari, NIM. 1860402222092, dengan pembimbing Dr. Ahmad Sodik, S.Ag, M.H.

Kata Kunci: Pemasaran digital, Kesadaran lingkungan, Kualitas produk, Minat beli produk ramah lingkungan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perubahan pola konsumsi masyarakat di era digital, khususnya pada Generasi Z yang semakin intens mengakses informasi melalui media sosial dan berbagai platform digital, sehingga mendorong munculnya tren konsumsi produk ramah lingkungan. Meskipun kesadaran lingkungan meningkat, tidak semua konsumen secara otomatis memiliki minat beli yang tinggi karena terdapat faktor lain yang turut mempengaruhi, seperti pemasaran digital, dan persepsi kualitas produk.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk 1) menguji pengaruh pemasaran digital terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z di Tulungagung, 2) menguji pengaruh kesadaran lingkungan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z di Tulungagung, 3) menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z di Tulungagung, dan 4) menguji pengaruh pemasaran digital, kesadaran lingkungan, dan kualitas produk secara simultan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z di Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil kuesioner yang ditujukan kepada Generasi Z di Tulungagung yang tertarik pada produk ramah lingkungan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z di Tulungagung, 2) Kesadaran lingkungan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z di Tulungagung, 3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z di Tulungagung, dan 4) Pemasaran digital, kesadaran lingkungan, dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap minat beli produk ramah lingkungan pada Generasi Z di Tulungagung.

ABSTRACT

This thesis, titled “The Influence of Digital Marketing, Environmental Awareness, and Product Quality on the Purchasing Interest in Environmentally Friendly Products Among Generation Z in Tulungagung,” was written by Abel Agustin Novitasari, Student ID No. 1860402222092, with supervisors Dr. Ahmad Sodik, S.Ag, M.H.

Keywords: Digital marketing, Environmental awareness, Product quality, Interest in purchasing environmentally friendly products

This research was motivated by changes in consumption patterns in the digital era, particularly among Generation Z, who are increasingly accessing information through social media and various digital platforms, thereby driving the trend toward consuming environmentally friendly products. Although environmental awareness is increasing, not all consumers automatically have a high purchasing interest because there are other factors that also influence it, such as digital marketing and product quality perception.

The objectives of this study are to 1) examine the effect of digital marketing on the purchasing interest of environmentally friendly products among Generation Z in Tulungagung, 2) examine the effect of environmental awareness on the purchasing interest of environmentally friendly products among Generation Z in Tulungagung, 3) examine the effect of product quality on the purchasing interest of environmentally friendly products among Generation Z in Tulungagung, and 4) examine the simultaneous effect of digital marketing, environmental awareness, and product quality on the purchasing interest of environmentally friendly products among Generation Z in Tulungagung.

This research uses a quantitative approach with an associative research type. In this study, data were obtained from questionnaires administered to Generation Z in Tulungagung who were interested in environmentally friendly products, with a sample size of 100 respondents. The collected data were analyzed using multiple

linear regression with partial hypothesis testing (t-test) and simultaneous testing (F-test).

The results of this study indicate that 1) Digital marketing has a positive and significant effect on the purchasing interest of environmentally friendly products among Generation Z in Tulungagung, 2) Environmental awareness has a positive but insignificant effect on Generation Z's interest in purchasing environmentally friendly products in Tulungagung. 3) Product quality has a positive and significant effect on Generation Z's interest in purchasing environmentally friendly products in Tulungagung. 4) Digital marketing, environmental awareness, and product quality have a simultaneous effect on Generation Z's interest in purchasing environmentally friendly products in Tulungagung.